

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah *explanatory* (penjelasan) yaitu suatu jenis penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel – variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Singarimbun, 1996:3). Adapun penelitian ini ingin melihat pengaruh variabel atribut produk berupa barang atau produk, merek, kemasan, lebel, dan layanan terhadap keputusan pembelian produk air minum mineral Aqua.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di kabupaten Gresik, Kecamatan Panceng dengan pertimbangan bahwa terdapat pemakaian produk air minum mineral merek Aqua yaitu kurang lebih 4,116 galon per bulan.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2000:145). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah mengkonsumsi air minum mineral Aqua di Kecamatan panceng.

3.3.2. Sampel

Sampel didefinisikan oleh Singarimbun (1993:150) adalah bagian dari populasi yang akan diteliti dan dianggap telah mewakili atau representative dan mencerminkan ciri dari populasi. Adapun dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel untuk masing-masing populasi sebanyak 100 responden, sebagaimana dalam menurut Sugiono (2005:44) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut ukuran pengambilan sampel minimal 30 orang apabila sampel didasarkan dari kategori seperti pria-wanita atau kota-desa dengan teknik pengambilan insidental sumpling.

3.4. Jenis Data

Adapun jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif, kuantitatif digunakan dalam penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang cukup luas dan dapat diukur.

Sumber Data

Adapun data yang dipergunakan adalah data primer. Menurut Umar (2000:130) data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan. Data primer yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah berupa tanggapan konsumen terhadap air minum mineral Aqua tentang atribut produk, dengan menggunakan kuisioner.

3.5. Teknik Pengambilan Data

Teknik sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel secara kuota sampling yaitu tahap pertama ditentukan kategori kontrol atau kuota

dari populasi yang dirisetnya yaitu umur di atas 15 tahun dan tinggal di Kecamatan Panceng serta pernah mengonsumsi air minum mineral Aqua. Tahap kedua menentukan besarnya sampel yang jumlahnya telah dihitung di atas (Umar, 2002:140).

3.6. Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang dijadikan penelitian adalah variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X), yang dijelaskan sebagai berikut.

3.6.1. Variabel bebas (X)

Produk (X_1) adalah penilaian konsumen terhadap kualitas Air minum AQUA

Untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen

Indikatornya adalah :

$X_{1,1}$ Rasa

$X_{1,2}$ Fitur atau kelengkapan produk

$X_{1,3}$ Daya Tahan Kemasan

Kemasan (X_2) adalah atribut dari produk air minum mineral sebagai aktivitas merancang dan membuat wadah produk air minum mineral

Indikatornya adalah :

$X_{2,1}$ Daya tarik kemasan

$X_{2,2}$ Mudah dibuka

$X_{2,3}$ Mudah penggunaannya

$X_{2,4}$ Mudah dibawa kemana-mana

Merek (X_3) Adalah nama, istilah, tanda, lambang, desain/kombinasi yang digunakan sebagai tanda pengenal barang atau jasa

Indikatornya adalah :

$X_{3.1}$ Nama simbol

$X_{3.2}$ Istilah

$X_{3.3}$ Tanda

$X_{3.4}$ lambang

$X_{3.5}$ Kombinasi

Label (X_4) merupakan bagian dari produk air minum mineral yang berupa keterangan atau penjelasan mengenai produk atau merek tersebut, indikatornya adalah :

$X_{2.1}$ Warna

$X_{2.2}$ Gambar atau lambang

$X_{2.3}$ Tulisan atau istilah

Layanan (X_5) merupakan bagian dari unsur jasa atau layanan dari produk yang ditawarkan sebagai pelengkap. Indikatornya adalah :

$X_{4.1}$ kemampuan memberikan fasilitas produk

$X_{4.2}$ kemampuan memberikan pelayanan yang akurat

$X_{4.3}$ kemampuan membantu para pelanggan atau tanggap

$X_{4.4}$ Kemampuan dalam pengetahuan atau kesopanan

$X_{4.5}$ kemampuan menjalin hubungan dengan konsumen

3.6.2. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian pada air minum mineral Aqua dengan Indikator :

Y₁ kualitas produk

Y₂ kemasan yang menarik

Y₃ merek yang sesuai

Y₄ label produk

Y₅ pelayanan produk

3.7. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang dijadikan penelitian adalah variabel terikat keputusan pembelian (Y) dan variabel bebas (X) adalah barang (X₁), kemasan (X₂), merek (X₃), label (X₄) dan pelayanan produk (X₅)

3.8. Pengukuran Variabel

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang bersifat kualitatif dari jawaban responden dalam lima kategori pilihan sebagai pembanding yaitu :

1. Jawaban A dinyatakan sangat setuju memiliki nilai : 5
2. Jawaban B dinyatakan setuju memiliki : 4
3. Jawaban C dinyatakan netral memiliki nilai : 3
4. Jawaban D dinyatakan tidak setuju memiliki nilai : 2
5. Jawaban E dinyatakan sangat tidak setuju memiliki nilai : 1

Karena pengumpulan data dari kuisioner menghasilkan data berskala ordinal, maka dilakukan perubahan data dari skala ordinal menjadi skala interval

dengan cara skala likert. Menurut Rasyid (1993:127) tingkat pengukuran LRS adalah ordinal (yang nantinya akan dijadikan skala interval). Untuk merubah data skala ordinal menjadi skala interval menggunakan skala likert

3.9. Teknik Analisis Data

3.9.1. Pengujian Validitas

Menurut Arikunto (1998:160) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah

Pada penelitian ini, penulis menggunakan validitas pearson dengan rumus korelasi product moment. Adapun kriteria pengujiannya adalah:

Ho : $r = 0$ tidak terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan 5 %.

Ha : $r \neq 0$ terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan 5 %

Nilai r hitung dapat diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X^2)][N \sum Y^2 - (\sum Y^2)]}}$$

Dimana:

r_{xy} = Korelasi product moment

n = Jumlah responden

x = Skor nilai item

y = Skor nilai total item.

Sedangkan nilai r tabel diperoleh dari distribusi r product moment pada $\alpha = 5\%$ dan $n = 200$, sehingga nilai r tabel adalah 0,254. Data dikatakan valid

apabila r hitung $>$ r tabel, sebaliknya data dikatakan tidak valid apabila r hitung $<$ r tabel.

3.9.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan, hal itu sesuai dengan Arikunto (1998:170) dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dimana :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_1^2 = varian total.

Instrumen dapat dikatakan reliable bila memiliki koefisien kehandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih. Tingkat reliabilitas ditentukan dengan kriteria indeks sebagai berikut:

Apabila r_{total} yang diperoleh lebih besar dari pada 0,6 maka data tersebut reliable.

3.9.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi :

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independent (Ghozali,2006). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Uji multikolinearitas pada penelitian dilakukan dengan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilaimatriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance-nya. Apabila nilai matriks korelasi tidak ada yang lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan data yang akan dianalisis terlepas dari gejala multikolinearitas. Kemudian apabila nilai VIF berada dibawah 10 dan nilai Tolerance mendekati 1, maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinearitas (Santoso,2003)

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan satu ke pengamatan yang lain (Ghozali,2006). Jika varians dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskesdatisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2006)). Salah satu cara untuk mendeteksi

heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Gozali,2006). Untuk menguji apakah data-data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut :

1) Metode Grafik

Metode grafik yang handal adalah dengan melihat normal melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal (Gozali,2006). Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Metode Statistik

Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Kolmogorov Smirnov. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variable, jika signifikan lebih besar dari alpha 5% maka menunjukkan distribusi data normal.

3.9.4. Analisa Data

Untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian air minum mineral Aqua, maka pengolahan data menggunakan angka-angka dan untuk menganalisa data yang ada, digunakan analisis statistik dengan metode Regresi linier berganda dan korelasi berganda.

1. Regresi berganda

Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + \varepsilon_1$$

Dimana :

Y = Pembeli air minum mineral merek Aqua

a = konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = koefisien regresi

x_1 = Produk

x_2 = Merek

x_3 = Label

x_4 = Kemasan

x_5 = Layanan

ε_1 = Error

2. t test

Untuk uji regresi berganda secara parsial signifikan atau tidak, maka digunakan t hitung yaitu untuk mengetahui pengaruh secara parsial dengan rumus sebagai berikut:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_1}{sb}$$

Dimana :

B = Bobot regresi

sb = standar deviasi dari variabel bebas

Dalam hal ini regresi berganda diuji dengan taraf signifikan/nyata 5%

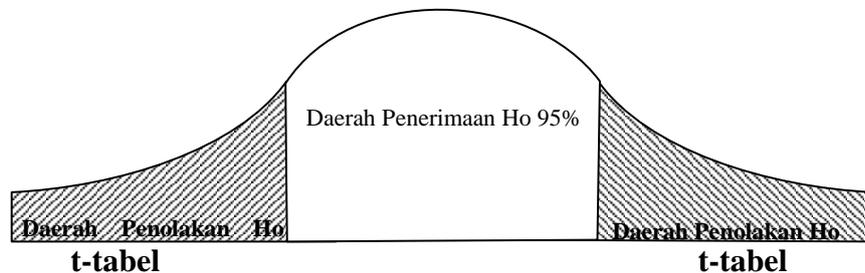
Untuk mengadakan pengujian terhadap hipotesis, maka hipotesis penelitian ini perlu disusun kembali sebagai berikut:

H₀: b = 0 : Tidak ada pengaruh antara variabel x terhadap y

H_a: b ≠ 0 : Ada pengaruh antara variabel x terhadap y

Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen

Menentukan daerah penerimaan dan penolakan H₀ sebagai berikut:



Gambar 3.1
Kurva Distrubusi Uji-t

Uji t mempunyai kriteria penerimaan atau penolakan H₀ sebagai berikut :

H₀ diterima bila $t_{hitung} < t_{tabel}$

H_a diterima bila $t_{hitung} > t_{tabel}$

3. Uji F

Untuk uji regresi berganda signifikan atau tidak pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan F test yaitu untuk mengetahui pengaruh secara simultan.

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Dimana :

R^2 = Koefisien regresi yang telah ditentukan

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel.

Kriteria pengujian F hitung dan t hitung

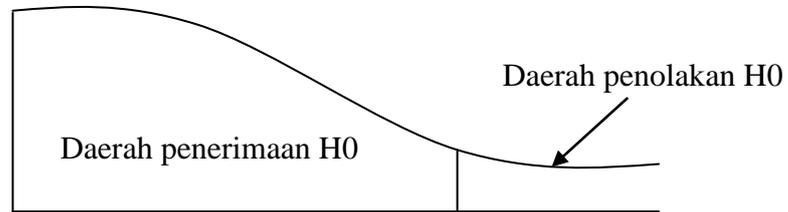
Uji F mempunyai kriteria penerimaan atau penolakan H_0 sebagai berikut

H_0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$

Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Menentukan daerah penolakan dan penerimaan uji F:



Gambar 3.2
Kurva Distribusi Uji F

Selanjutnya untuk menghitung persamaan regresi linier berganda menggunakan bantuan komputer program *SPSS for windows Versi 10.0*.